



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Perspektywa multimodalna w badaniu tekstów prasowych

Author: Magdalena Ślawska

Citation style: Ślawska Magdalena. (2018). Perspektywa multimodalna w badaniu tekstów prasowych. W: I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), "Współczesne media : media multimodalne. T. 1, Zagadnienia ogólne i teoretyczne, multimodalność mediów drukowanych" (S. 107-118). Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

PERSPEKTYWA MULTIMODALNA W BADANIU TEKSTÓW PRASOWYCH

Multimodalność a badania mediów

Multimodalność jest dziś właściwością mediów. Analizując teksty medialne, należy przyjąć, że większość komunikatów posługuje się różnymi środkami semiotycznymi (językowymi, wizualnymi, akustycznymi), bowiem „komunikat multimodalny to taki, w którym globalny sens [...] jest (współ)realizowany przez więcej niż jeden kod semiotyczny”¹. Coraz częściej badacze przywołują kategorię dyskursu multimodalnego oraz próbę opisu możliwości jego badania².

Szczególna, w kontekście komunikacji medialnej, wydaje się perspektywa interakcyjna – tak też widzę współzależność różnych kodów w przekazie medialnym, kiedy to „relacje między nimi są kreowane na drodze interakcji treści wypowiedzianych za pośrednictwem więcej niż jednej semiosfery”³. Ta wielokodowość rozumiana jest jako splot tekstów językowych, obrazowych czy dźwiękowych i to ona jest wyzwaniem dla badaczy mediów. Bożena Witosz podkreśla, że przedmiot badań – tekst wielomedialny – wymaga przebudowy metodologii językoznawczej⁴: „[...] przedmiot badawczy sam wymusza na stylistyce nie tylko modyfikację optyki badawczej, ale i przebudowę – w pewnych rejonach przy-

¹ J. Maćkiewicz, *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze” [„Media Studies”] 2017, nr 2 (69), s. 35.

² Por. M. Kawka, *Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2016, t. 59, nr 2, s. 294–303; A. Kampka, *Multimodalna analiza dyskursu – ujęcie semiotyczne*, [w:] *Analiza dyskursu publicznego. Przegląd metod i perspektyw badawczych*, red. M. Czyżewski et al., Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2017, s. 95–122; J. Maćkiewicz, *Jak można badać przekazy multimodalne*, „Język Polski” 2016, nr 2, s. 18–27.

³ E. Szczęsna, *Poetyka mediów. Polisemiotyczność, digitalizacja, reklama*, Wydział Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007, s. 138.

⁴ Podobne wnioski o potrzebie odnowienia „teoretyczno-metodologicznego” w analizach językoznawczych nowych mediów artykułował Stanisław Gajda: *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogułębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2010, s. 25–31.

najmniej – podstaw teoretycznych paradygmatu i jego kategorii”⁵. Perspektywa językoznawcza była do tej pory zdecydowanie perspektywą logocentryczną, sytuującą język w centrum swoich badań. Wielostrumieniowość kodów w mediach, w których język jest jednym z wielu wzajemnie warunkujących i przeplatających się środków semiotycznych, pokazuje potencjał językoznawstwa, ale także potrzebę badań interdyscyplinarnych czy transdyscyplinarnych.

Jednocześnie to media, które determinują każdy tekst, gatunek, wymuszają na badaczach zmianę myślenia i to one powinny być jedną z ważnych kategorii analitycznych: „[...] badając językową warstwę przekazu medialnego, trzeba ją zawsze widzieć w kontekście cech charakterystycznych dla danego medium oraz w relacji z innymi systemami semiotycznymi, współtworzącymi znaczenia konkretnego tekstu. Każde medium przedstawia bowiem treści językowe w specyficzny dla siebie sposób”⁶. Analiza medialnego tekstu musi uwzględniać kody danego medium. Podkreślają to dziś badacze, prezentując własną perspektywę lingwistyki w kontekście badań nad mediami, formułując nazwy nowych subdyscyplin naukowych, takich jak: *mediolingwistyka*⁷ czy *lingwistyka mediów*⁸.

Wielokodowość w prasie – perspektywa genologiczna

Niniejszy artykuł jest próbą analizy wybranych tekstów prasowych z perspektywy multimodalności. Badanie kodów wizualnych wydaje się najłatwiejsze w prasie, bo jak wskazuje Ulrich Schmitz, mamy tu „połączenie tekstów pisanych i obrazów nieruchomych (statycznych)”⁹. I tu z pewnością należy się z badaczem zgodzić, że prasa jest najłatwiejsza do opisu, bowiem w przeciwieństwie do radia, telewizji czy internetu jest pozbawiona dźwięku i ruchomych obrazów.

Jednocześnie Małgorzata Kita wskazuje, jak złożona to materia badawcza, opisując składniki komunikatu prasowego¹⁰. Autorka wymienia kilka przestrzeni

⁵ B. Witosz, *O potrzebie perspektywy multimedialnej w badaniach stylistycznych*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012, s. 156.

⁶ B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013, s. 96.

⁷ *Ibidem*.

⁸ *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Oficyna Wydawnicza Atut – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław–Dresden 2015.

⁹ U. Schmitz, *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, *op. cit.*, s. 59.

¹⁰ Autorka systematyzuje pojęcia wokół dyskursu prasowego wraz z pozycjami bibliograficznymi. M. Kita, *Dyskurs prasowy*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczyk, Universitas, Kraków 2013, s. 210–214.

opisu wizualności prasowego dyskursu: od perspektywy wizualności samego pisma, przez obecność w niej rysunków, fotografii, infografik, po typografię strony. Natomiast Ewa Wolańska podkreśla, że przekaz medialny w prasie można podzielić na cztery kody: kod werbalny, kod pisma (ukształtowanie typograficzne w prasie), kod obrazowy oraz kod edytorski (układ różnych elementów na kolumnie gazety)¹¹.

Moja propozycja badania tekstów prasowych jest ujęciem językoznawczym w perspektywie genologii lingwistycznej i lingwistyki tekstu. Przede wszystkim jest to próba opisu występowania komponentów należących do różnych kodów w prasie: tekstu reportażu i zespolonych z nim zdjęć bądź ilustracji, grafik. „Na układ gazety składa się jej graficzna makrokompozycja – całościowy graficzny wzór strony (głównie tytułowej) i gazety jako całości, a także mikrokompozycja – graficzne rozmieszczenie składników artykułu, nagłówek, zastosowanie fotografii, ilustracji, map, tabel, diagramów itp.”¹² – wskazuje Kazimierz Michalewski. Na całościowy kształt strony w gazecie ma wpływ układ przestrzenny tekstu, czyli szerokość szpalt, proporcje światła (przestrzeń niezadrukowana), stosowanie elementów graficznych, zróżnicowany wygląd tytułów i łidów, wreszcie rozmieszczenie fotografii i infografik. Te wszystkie elementy tworzą *layout* gazety¹³. Tekst prasowy traktuję jako przestrzeń zorganizowaną, w której widoczna jest relacja kodu werbalnego i ikonicznego.

Do analizy wybrałam sześć reportaży z dodatku „Gazety Wyborczej” – „Dużego Formatu”. Były to: *Chłopcy z motylkami. Terroryzm dziecięcy* Jacka Hugo-Badera, *Oddział chorych ze strachu* Justyny Kopińskiej, *500 euro za ciało, które zje kilogram* Joanny Wojciechowskiej, *Zakładanie twarzy* Dariusza Kortki i Judyty Watoły oraz dwa teksty Anny Śmigulec: *Wojny Galiny* i *Głupia sprawa*. Do wszystkich tekstów dołączono kod obrazowy, w trzech z nich były to zdjęcia, a w kolejnych trzech grafiki i ilustracje. Większość tekstów była zespolona z dwoma obrazami, jedynie reportaż *Chłopcy z motylkami. Terroryzm dziecięcy* zobrazowano dłuższym fotoreportażem. Co ważne, we wszystkich reportażach

¹¹ E. Wolańska, *Współdziałanie słowa i obrazu w prasie tabloidowej. Ujęcie semiotyczne*, [w:] *Język a komunikacja*, t. 17: *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*, red. G. Szpila, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium”, Kraków 2007, s. 313.

¹² K. Michalewski, *Komunikaty mieszane*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009, s. 115–116.

¹³ Por. G. Ambrose, P. Harris, *Layout. Zasady, kompozycja, zastosowanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008. Por. M. Worsowicz, *Edytorstwo prasowe – zagadnienia ogólne*, [w:] *O mediach i komunikacji. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, red. E. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura, M. Worsowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2010, s. 129–140.

wyraźnie zaznaczono, że autorstwo tak zaprojektowanego komunikatu to praca reportażysty oraz fotografa lub ilustratora. Ich nazwiska bowiem są widoczne w przestrzeni gazety, najczęściej pod tytułem tekstu. W pięciu przypadkach obok autora reportażu umieszczono także autora ilustracji bądź zdjęć. Tylko w jednym reportażu nazwisko fotografa pojawiło się jako podpis pod zdjęciem. Odtwarzając kompozycję wizualną tych tekstów, traktuję obie sfery – językową i obrazową – jako współistniejące obok siebie¹⁴.



Fot. 1. Oddział chorych ze strachu
„Duży Format” 23.07.2015

Fot. 2. Zakładanie twarzy
„Duży Format” 19.12.2013

¹⁴ Warto w tym miejscu wspomnieć o artykułach: Danuty Ostaszewskiej, w którym autorka analizuje reportaże z „National Geographic Polska” jako współistnienie tekstu i fotografii w typografii gazety (D. Ostaszewska, *Reportaż – współistnienie kodów: werbalnego i ikoniznego (na materiale tekstów w „National Geographic Polska”)*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2011) oraz Urszuli Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs medialny w analizie interdyscyplinarnej*, [w:] *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Collegium Columbinum, Kraków 2016, s. 13–24.

Z punktu widzenia genologii można wyróżnić dwie perspektywy oglądu tych relacji: perspektywę kompozycyjną i pragmatyczną¹⁵. Najczęściej obrazy towarzyszące reportażom były niejako wpisane w strukturę, topografię strony, jednocześnie były wizualnie najmocniejszym, w sensie odbiorczym, punktem na płaszczyźnie strony. Fotografie 1 i 2 to przykłady dwóch stron analizowanych tekstów z przestrzeni gazety.

W kompozycji strony widoczne są tytuły, podtytuły, lidy, wyimki tekstowe, śródtytuły czy inne znaki graficzne. Są to miejsca strategiczne tekstu wyraźnie zaznaczone na topografii strony i zauważalne również na obu powyższych przykładach. Tomasz Piekot wskazuje:

[...] relacja tekst – obraz wydaje się ciągle trudna do opisania nawet z perspektywy semiotyki, która jest przecież najlepiej przygotowana do analizy zjawisk multimodalnych. Dzieje się tak z kilku powodów: w przekazach złożonych dwuelementowa relacja tekst – obraz ulega multiplikacji. Można bowiem mówić o relacji między obrazem a całym tekstem, ale także – o interakcjach między obrazem a poszczególnymi elementami werbalnymi (np. nagłówkiem, podtytułem, lidem, podpisem czy nawet akapitem)¹⁶.

Jednocześnie jestem przekonana, że ilustracje, zdjęcia do analizowanych reportaży były komunikatami wtórnymi. Powstały jako element zobrazowania reportażu. Moim zdaniem, obraz w stosunku do tekstu ma tu znaczenie metakomunikacyjne – jest komunikatem o tekście. Obrazy pełnią także funkcję pragmatyczną – mają zachęcić do lektury.

Trzy reportaże były głównymi tekstami wydań „Dużego Formatu”, co oznacza, że jedno ze zdjęć im towarzyszących znajdowało się na pierwszej stronie dodatku. Jeden z przykładów ilustruje fotografia 3.

Zdjęcie zapowiadało tekst reportażu, obok widocznej zapowiedzi tekstowej pełniło rolę paratektstu, czyli było eskortą do artykułu wewnątrz numeru¹⁷. Wydaje mi się, że perspektywa kompozycyjna i pragmatyczna pozwala opisać relację współistnienia obu kodów.

¹⁵ Inspiracją były aspekty wzorca gatunkowego Marii Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004, s. 16–17.

¹⁶ T. Piekot, *Wербalizacja i wizualizacja w dyskursie wiadomości prasowych*, [w:] *Ikoniczność znaku: słowo – przedmiot – obraz – gest*, red. E. Tabakowska, Universitas, Kraków 2006, s. 115.

¹⁷ Por. I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007.



Fot. 3. *Głupia sprawa*
„Duży Format” 24.04.2013

Multimodalność a odbiór tekstu prasowego

Aby opisać współwystępowanie tekstu i warstwy ikonicznej w wybranych reportażach prasowych, postanowiłam zbadać odbiór w formie eksperymentu¹⁸. Przeprowadziłam go na dwóch grupach studenckich na prowadzonym przeze mnie przedmiocie analiza dyskursu medialnego. Uczestników badania traktuję więc jako osoby kompetentne, jako ekspertów, ponieważ byli to studenci pierwszego roku studiów uzupełniających na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Śląskim, kształceni w zakresie analizowania tekstów prasowych. Przez pierwsze tygodnie studenci na zajęciach analizowali poszczególne reportaże, wykorzystując narzędzia lingwistyki tekstu, genologii, tekstologii czy literaturoznawstwa. Aby wyjaśnić sposób prowadzenia zajęć, inspirująca wydaje się nazwa lubelskich tomów: *Działania na tekście*¹⁹, ponieważ tak zaprojektowałam te zajęcia, aby były one „działaniami” na tekstach reportażowych. Z reguły jedno zajęcia

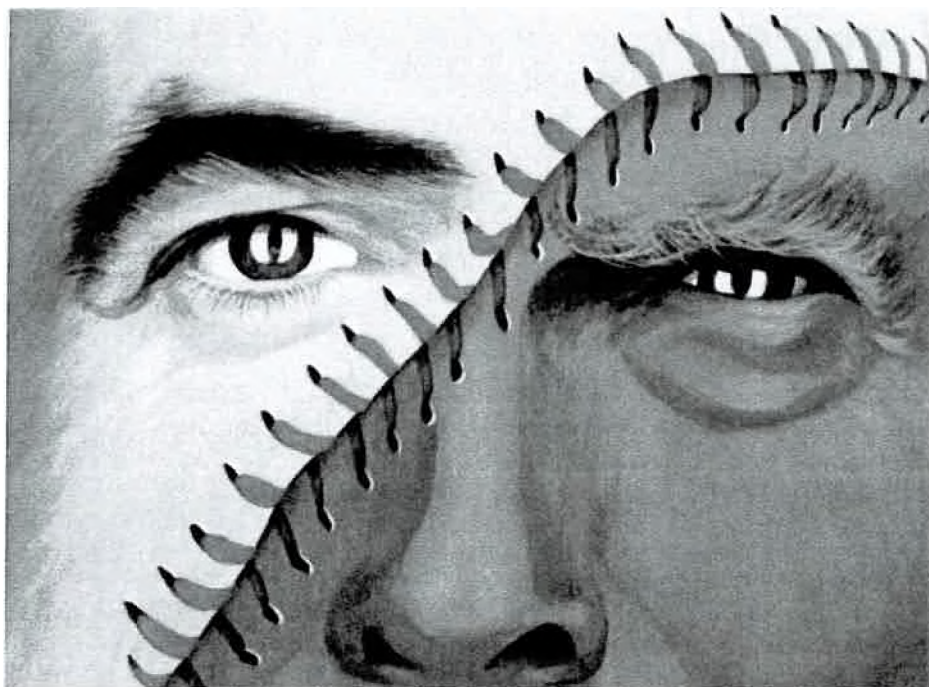
¹⁸ O potrzebie badań odbiorców mediów pisze Bogusław Skowronek: *Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach*, „Język Polski” 2016, nr 2, s. 11–17.

¹⁹ Por.: *Działania na tekście w edukacji szkolnej i uniwersyteckiej*, red. S. Niebrzegowska-Bartmińska, M. Nowosad-Bakalarczyk, T. Piekot, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2015; *Działania na tekście. Przekład – redagowanie – ilustrowanie*, red. S. Nie-

odpowiadały jednemu bądź dwóm reportażom. Co istotne, studenci analizowali teksty prasowe pozbawione swojego medialnego kodu, to znaczy, że nie otrzymali ode mnie grafik, fotografii – teksty zostały pozbawione wizualnego układu typograficznego. Studenci mieli przed sobą tekst pozbawiony wizualności prasy. Kiedy przeanalizowaliśmy sześć reportaży, postanowiłam przeprowadzić eksperyment, w którym pokazałam im fotografie i grafiki z „Dużego Formatu” oraz poprosiłam, aby dopasowali kod wizualny do tekstów, które znają. Otrzymali dwa polecenia, najpierw omówię pierwsze z nich:

Dopasuj przedstawione obrazy (ich numery z prezentacji) do znanych Ci tekstów reportaży (poniżej ich tytuły). Wybierając poszczególne grafiki, podaj uzasadnienie swoich wyborów. Możesz podać kilka słów albo zdanie, które były pierwszym skojarzeniem dotyczącym tego „dopasowania”.

W eksperymencie naukowym udział wzięło 59 osób. Badanie miało dla mnie przede wszystkim charakter badania jakościowego, ale przedstawię także ilościowe wyniki eksperymentu. Spośród uczestników badania 44 osoby bezbłędnie dopasowały wszystkie przedstawione grafiki czy zdjęcia do znanych im reportaży – 74%. Wszyscy studenci prawidłowo wskazali na reportaż *Zakładanie twarzy* i towarzyszące mu grafiki:



Fot. 4. *Zakładanie twarzy*
„Duży Format” 19.12.2013



Fot. 5. Zakładanie twarzy
„Duży Format” 19.12.2013

Studenci nie mieli także większych problemów z dopasowaniem obrazu do reportażu w przypadku tekstów: *Oddział chorych ze strachu* (58 studentów) oraz *Wojny Galiny* (55 studentów).

Zanalizuję wypowiedzi studentów dotyczące reportażu Dariusza Kortki i Judyty Watoły *Zakładanie twarzy*, który był tekstem specjalistycznym o historii przeszczepów twarzy na świecie. Większość studentów wymieniała podobne słowa kluczowe: *szwy, przeszczep, operacja, transplantacja, blizna, zszycie jednej twarzy z dwóch, rana wzdłuż twarzy, niewyraźna twarz*. Badani zatem wskazywali bardzo konkretne elementy łączące ilustracje do tekstu z samym reportażem. Jednocześnie studenci nazywali problemy z tożsamością i te natury moralnej:

Twarz z wyraźnymi szwami po operacji, lewa strona twarzy jest inna niż prawa, może to nawiązywać do zmiany tożsamości i wizerunku po zabiegu.

Nawiązanie do tematu o transplantacji twarzy. Drugie zdjęcie, według mnie, obrazuje etyczno-psychologiczny problem pacjenta, który „przyjmuje twarz” od zmarłej osoby.

Przez pryzmat zaprezentowanych ilustracji wracali do szczegółów w tekście:

Po zobaczeniu grafiki przychodzi mi na myśl twarz człowieka opisanego w reportażu, czyli Grzegorza z Oławy, któremu maszyna urwała twarz i została mu przyszyta nowa od zmarłego dawcy.

Jednocześnie studenci oceniali grafikę w kontekście samego tytułu reportażu:

Obraz mówi więcej niż sam tytuł.

Dokładna wizualizacja tytułu. Metaforycznie ukazany.

Drugim poleceniem była prośba, aby wybrali jeden z przykładów współlistnienia tekstu i kodu ikonicznego oraz umotywowali swój wybór. Brzmiało ono tak:

Napisz kilka zdań o wybranym współlistnieniu tekstu i obrazu w reportażu „Dużego Formatu”. Umotywuuj, dlaczego wybrałeś ten przykład.

Prawie połowa studentów (27 badanych) wskazała na *Oddział chorych ze strachu*, 14 osób wybrało *Zakładanie twarzy*, a 11 – *Głupia sprawa*. Pojedyncze osoby wybrały pozostałe trzy współwystępowania tekstu i obrazu (były to 2–3 wskazania). Jedna osoba nie udzieliła odpowiedzi na to pytanie, a jedna napisała:

Zaden z obrazów do mnie nie przemówił na tyle, aby się na nim skupić. Ciężko obrazem zilustrować tak niezwykle historie. Obraz – gotowy zabija wyobraźnię. Tekst jest żywy i intrygujący.

Badani, opisując współwystępowanie obu kodów, wskazywali na wyraźne nawiązanie tematyczne, ale jednocześnie podkreślali wrażenie, jakie zrobił na nich kod ikoniczny. Przywołam wypowiedzi studentów dotyczące reportażu *Oddział chorych ze strachu*:

Czytając ten tekst, miałam w głowie obrazy właśnie podobne do tego, który do niego przypasowałam. Wydaje mi się, że oddaje on główne przesłanie, jakie autor chciał przekazać – ukazuje ból i cierpienie [...].

[...] patrząc na nie, można wczuć się w klimat reportażu.

Grafika świetnie oddaje nie tylko rzeczywistość opisaną w tekście – metody i kary – unieruchomienie, nadmiar leków. Ale także wrażenie dehumanizacji, do której często prowadzi nie sama choroba, a sposób, w jaki otoczenie (także to medyczne) traktuje chorego.

Użyte kolory oddają stan emocjonalny przedstawionej pacjentki.

Oddział chorych ze strachu, ponieważ bez problemu po zobaczeniu obrazu przypomniał mi się ten reportaż. Najbardziej wymowne zdjęcie.

Grafika w tym wypadku potęguje wrażenie, które wywiera tekst.

Sam reportaż wręcz mroził krew w żyłach, losy dzieci były przerażające. Ta ilustracja budzi równie skrajne emocje, osobiście czuję wewnętrzny niepokój już od samego patrzenia na nią.

Gdy patrzymy na niego, nie ma wątpliwości, że chodzi o ten właśnie tekst.

Teksty omawiające *Zakładanie twarzy*:

Po przeczytaniu zdałem sobie sprawę, jakim tragicznym wydarzeniem jest utrata własnej tożsamości, która reprezentowana jest przez nasz wygląd i świadczy o naszej indywidualności. Grafika, która uzupełniała ten tekst, w doskonały sposób oddaje lęk, co jeszcze bardziej wpływa na odbiór całości.

Reportaż wraz ze zdjęciem idealnie współlistnieje [...]. Tekst opowiada o operacjach polegających na przeszczepie twarzy i jej rekonstrukcji.

Czerwone szwy na zdjęciu oraz podział twarzy na dwie różne osoby odzwierciedla – „nowe życie”, „nową twarz”, uczenie się wszystkiego od nowa.

Zarówno tekst, jak i zdjęcie to idealna całość.

Zdjęcia odzwierciedlają tekst.

Wypowiedzi dotyczące reportażu *Głupia sprawa*:

Sądzę, że żadna inna grafika czy fotografia nie oddałaby tak dobrze emocji zawartych w tekście *Głupia sprawa*. Twarz smutnego, zmęczonego bohatera tekstu w zupełności wystarczyła.

Połączenie trafne, intrygujące i poruszające w swojej prostocie.

Fotografia mężczyzny świetnie obrazuje to, że bohater reportażu to realny, namacalny człowiek jak każdy z nas. Wyraża emocje i budzi zaufanie. Mało szokujące zdjęcie, ale bardzo dobre.

Zdjęcie oddaje szczerą intymną formę [...] związaną z głównym bohaterem.

Jest to coś zupełnie odmiennego w porównaniu do reszty grafik, ponieważ ukazana jest bezpośrednio twarz człowieka – widać na niej całą historię, żal wewnętrzny, smutne oczy. Jest to uderzające, ponieważ stykamy się z prawdziwym człowiekiem, nie ilustracją otoczenia [...] obrazkiem.

Przez te zdjęcia reportaż jest według mnie jeszcze mocniejszy.

Te wypowiedzi świadczą, moim zdaniem, o wysokich kompetencjach odbiorczych badanych studentów. Jednocześnie wskazali oni na multimodalność tekstu prasowego, pisząc o analizowanych kodach jako całości, współlistnieniu, idealnym dopasowaniu. Wskazywali na wzmocnienie efektu, jaki daje obraz w tekście prasowym, ale także na pewną symbolikę, umowność prezentowanych grafik i fotografii.

Jednocześnie mam świadomość niedoskonałości przeprowadzonego badania – w sposób nienaturalny postanowiłam rozczłonkować kody prasy, pozbawiając tekst warstwy wizualnej. Studenci niejako w odwróconej kolejności je poznali. Grafiki, fotografie nie były zachętą do przeczytania reportażu, ale jedynie dopełnieniem tekstów, które już wcześniej przeczytali i analizowali. Pełniły one zatem nieco inne funkcje niż przy „normalnym” odbiorze tekstu prasowego.

Byłam ciekawa, czy studenci bez trudu rozpoznają właściwe pary. I okazało się, że umiejętność dopasowania kodów była bardzo duża, a najczęstszym kluczem był sam temat reportażu lub fragment tekstu, który natychmiast skojarzył się im z obrazem. Przywołam ostatnią wypowiedź jednego z badanych:

Grafika związana z reportażem jest doskonałym przykładem tego, jak obraz nadaje charakter słowom. Dzięki nim możemy zwrócić uwagę na tekst, ale także zobrazować sobie daną sytuację.

W tym zdaniu odnajdziemy rolę kodu ikonograficznego, który nadaje charakter słowom, dookreśla, zachęca do przeczytania, a jednocześnie dopełnia komunikat werbalny. Wykorzystane środki semiotyczne w komunikacie prasowym podkreślają interakcyjność dyskursu prasowego, wskazują na czytelnika, dla którego projektowany jest komunikat jako kolaż kodów. Co ważne:

[...] relacja tekst – obraz jest [...] o wiele bardziej skomplikowana, niż to zakłada logocentrycznie zorientowane prasoznawstwo, przyznające pierwszeństwo treściom komunikowanym werbalnie. W rzeczywistości należy mówić o wzajemnym odniesieniu: z jednej strony bowiem obraz jest dookreślony przez tekst, który ogranicza jego wieloznaczność, sankcjonując jedną interpretację, z drugiej jednak strony tekst jest dookreślony przez obraz, ponieważ przekaz ikoniczny odgrywa istotną rolę w ostatecznym odczytaniu czy nawet w zrozumieniu samego wydarzenia²⁰.

Wydaje mi się, że dokładnie tego dowodzą studenckie wypowiedzi. Oba kody to dwie równoległe opowieści, dwie narracje o tym samym świecie.

Bibliografia

- Ambrose G., Harris P., *Layout. Zasady, kompozycja, zastosowanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Działania na tekście w edukacji szkolnej i uniwersyteckiej*, red. S. Niebrzegowska-Bartmińska, M. Nowosad-Bakalarczyk, T. Piekot, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2015.
- Działania na tekście. Przekład – redagowanie – ilustrowanie*, red. S. Niebrzegowska-Bartmińska, M. Nowosad-Bakalarczyk, T. Piekot, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2015.
- Gajda S., *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogułębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2010.
- Kampka A., *Multimodalna analiza dyskursu – ujęcie semiotyczne*, [w:] *Analiza dyskursu publicznego. Przegląd metod i perspektyw badawczych*, red. M. Czyżewski et al., Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2017.
- Kawka M., *Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2016, t. 59, nr 2.
- Kita M., *Dyskurs prasowy*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków 2013.
- Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Oficyna Wydawnicza Atut – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław–Dresden 2015.

²⁰ T. Piekot, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Universitas, Kraków 2006, s. 118.

- Loewe I., *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007.
- Maćkiewicz J., *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze” [„Media Studies”] 2017, nr 2 (69).
- Maćkiewicz J., *Jak można badać przekazy multimodalne*, „Język Polski” 2016, nr 2.
- Michalewski K., *Komunikaty mieszane*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009.
- Ostaszewska D., *Reportaż – współistnienie kodów: werbalnego i ikonicznego (na materiale tekstów w „National Geographic Polska”*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2011.
- Piekot T., *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Universitas, Kraków 2006.
- Piekot T., *Wербalizacja i wizualizacja w dyskursie wiadomości prasowych*, [w:] *Ikoniczność znaku: słowo – przedmiot – obraz – gest*, red. E. Tabakowska, Universitas, Kraków 2006.
- Schmitz U., *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Oficyna Wydawnicza Atut – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław–Dresden 2015.
- Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013.
- Skowronek B., *Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach*, „Język Polski” 2016, nr 2.
- Szczęsna E., *Poetyka mediów. Polisemiotyczność, digitalizacja, reklama*, Wydział Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.
- Witosz B., *O potrzebie perspektywy multimedialnej w badaniach stylistycznych*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004.
- Wolańska E., *Współdziałanie słowa i obrazu w prasie tabloidowej. Ujęcie semiotyczne*, [w:] *Język a komunikacja*, t. 17: *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*, red. G. Szpila, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium”, Kraków 2007.
- Worsowicz M., *Edytorstwo prasowe – zagadnienia ogólne*, [w:] *O mediach i komunikacji. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, red. E. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura, M. Worsowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2010.
- Żydek-Bednarczuk U., *Dyskurs medialny w analizie interdyscyplinarnej*, [w:] *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Collegium Columbinum, Kraków 2016.